Nu-i ușor să ajungi lider pe piață

On Aprilie 10, 2009

Scopul unei companii nu trebuie să fie acela de a supraviețui, ci de a învinge într-o zonă care se ridică la înălțimea statutului de oportunitate pe care-l reprezintă un anumit Start-Up.

A-ți întemeia o companie și a pătrunde pe o piață aflată în continuă dezvoltare este, din anumite puncte de vedere, asemănătoare cu intrarea într-o bătălie. Dacă vrei să-ți înființezi o companie doar ca să supraviețuiești, ca să-ți asiguri un trai decent, cu siguranță vei pierde în fața celor care pornesc încă de la început cu gândul că vor fi victorioși, că vor reuși să se impună pe piață cu performanțe vizibil mai mari față de orice competitor. În acest caz tu vei face doar ceea ce este necesar pentru a pluti pe apă în timp ce competitorii, mult mai hotărâți, vor face totul ca să te înece.

Ceea ce vreau să spun este că dacă te hotărăști să-ți întemeiezi și să conduci o companie trebuie să pui osul la treabă serios. Trebuie să te pregătești din timp pentru o mutare rapidă și eficientă. Nu este de-ajuns să crezi cu toată ființa că vei ajunge în fruntea clasamentului, trebuie să te implici cu tot curajul și puterea ta. Stabilește-ți o strategie care să cuprindă obiective realiste și care să-ți permită o dezvoltare pe termen lung. Dincolo de toate acestea este imperios necesar să fiți ambițios, perseverent si tenace.

Leadership: Poți susține apăsat și hotărât un punct de vedere opus celui dominant pe piața de produse, încadrându-te într-o zonă care nu are nevoie de nicio prezentare pentru a putea fi folosită pentru exploatare comercială de un marketing vizual?

În cartea "Cele 75 dintre cele mai bune decizii manageriale", jurnalistul englez Stuart Crainer preciza:

"La fel ca cele mai bune firme de calculatoare, Apple și-a început viața într-un garaj. În 1977, Steve Jobs a conceput Apple 1, considerat de mulți ca fiind primul calculator personal. Jobs și strălucitul său partener tehnic, Steve Wozniak au construit primul calculator în acel garaj.

Însă decizia firmei Apple de a obține trofeul pentru producerea primului calculator personal accesibil a creat o industrie. Varianta Apple 1 a condus la varianta Apple 2, apoi la varianta VisiCalc și, în final, a fost lansat pe piața în 1984 computerul Mac. De asemenea, decizia firmei Apple a aruncat un văl acoperitor asupra deciziei firmei Xerox de a nu continua dezvoltarea calculatoarelor, după ce echipa ei care lucrase la calculatorul PARC realizase un progres vital."

A-ți dori să ajungi primul mai ales pe o piață extrem de dinamică care atrage an de an tot mai mulți jucători, este o motivație destul de puternică care te va face să lucrezi mai repede și mai bine. Însă pentru a-ți asigura succesul trebuie să ții cont de anumite lucruri. În primul rând nu îți poți permite să intri pe o piață unde concurența este acerbă fără să oferi servicii de calitate. De aceea este esențial să-ți mărești valoarea serviciilor în domeniul tău, astfel încât să câștigi un avantaj în raport cu concurența. Pe de altă parte trebuie să observi tendințele clienților, să știi să le exploatezi astfel încât să oferi ceva cât mai nou și cât mai bun.

Un marketing vizual care are scopul de a susține un model de business repetabil și scalabil se distinge atât prin accesibilitatea cu care își face cunoscut produsul, cât și prin modul în care dorește ca publicul țintă să perceapă identitatea companiei/mărcii. Acest gen de marketing se

conduce după motto-ul: "O ocazie ratată este o taxă în plus la Fisc și un punct în minus la capitolul onestitate".

În marketing, accesibilitatea cu care îți obișnuiești consumatorii seamănă cu vârful unei umbrele care nu poate fi "escaladat" decât prin folosirea unor indicatori precum: posibilitatea de a se transforma într-o armă, sau posibilitatea de a fi folosit ca un concept de orientare spre servicii personalizate.

Concluzie: Dacă vrei să ajungi lider pe o piață în care concurenții accelerează ritmul de expansiune, trebuie să faci din reușită scopul tău principal. Într-o altă ordine de idei, asta înseamnă să-ți faci bine temele înainte de a te avânta în afaceri, să știi pe ce drum să o iei, să acționezi cu o intensitate mare în direcția aleasă și să eviți pe cât posibil situațiile riscante.

Dacă vrei să ajungi în vârf aleargă mai repede decât ceilalți concurenți și nu te oprii niciodată.

Source: https://neculaifantanaru.com/nu-i-usor-sa-ajungi-lider-pe-piata.html